

## **Young Lions Competition 2026: Starke Ideen für eine sensible Marke – Benu als vertrauensvoller Begleiter im Fokus – BILD**

ID: LCG26062 | 02.04.2026 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:  
Medien – Österreich | Medieninformation

**44 Teams zu je zwei Kreativ-Youngsters stellten sich der Herausforderung, Vertrauen für eine der sensibelsten Branchen zu schaffen. Die prämierten Arbeiten zeigen, wie emotionale Nähe und strategische Klarheit zusammenwirken. Drei Gewinnerteams vertreten Österreich in den Kategorien „Digital“, „Film“ und „Media“ bei der internationalen Young Lions Competition in Cannes im Juni 2026.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) ©Mila Eder

Wien (LCG) – Die Gewinnerteams der Young Lions Competition 2026 wurden im Rahmen des „Meet & Mingle Young Lions Winners“ am Donnerstag, den 2. April 2026, im designforum Wien im MuseumsQuartier bekannt gegeben. Der Nachwuchswettbewerb, initiiert von der Cannes Lions Repräsentanz ORF-Enterprise in Kooperation mit RTL AdAlliance und Creativ Club Austria (CCA), stellte junge Kreativtalente vor eine besonders anspruchsvolle Aufgabe: Kommunikation für ein Thema, über das kaum jemand sprechen möchte – den Tod.

„Die Qualität und Tiefe der Einreichungen hat uns heuer besonders beeindruckt. Es ist den Teilnehmerinnen und Teilnehmern gelungen, eine Marke in einer hochsensiblen Kategorie emotional aufzuladen und gleichzeitig strategisch stark zu positionieren. Genau diese Verbindung aus Haltung und Kreativität ist entscheidend für nachhaltige Markenkommunikation“, zeigt sich **Carmen Lunzer**, Projekt- und Eventmanagerin der ORF-Enterprise, begeistert.

## Kreative Herausforderung: Vertrauen in einer sensiblen Branche aufbauen

Im Zentrum der diesjährigen Competition stand der Kunde Benu Bestattung und Vorsorge. Die Aufgabe für die Teilnehmer war es, eine Marke erlebbar zu machen, die Menschen in einer der schwierigsten Situationen ihres Lebens begleitet. Alle drei Kategorien – „Film“, „Digital“ und „Media“ – folgten dabei einem gemeinsamen strategischen Kern: Benu zählt zu den am schnellsten wachsenden Bestattungsunternehmen im deutschsprachigen Raum und steht für außergewöhnliche Servicequalität und menschliche Begleitung in einer der sensibelsten Situationen des Lebens. Mehr als 2.700 betreute Familien jährlich und über 1.650 öffentliche Bewertungen unterstreichen diesen Anspruch.

„Bestattung ist kein Markt, in dem man Bedarf erzeugt – sondern Vertrauen. Genau deshalb geht es für uns darum, im Kopf präsent zu sein, bevor wir gebraucht werden. Die prämierten Arbeiten zeigen, wie stark Kommunikation wirken kann, wenn sie dieses Vertrauen vorher aufbaut – und genau das ist unser Anspruch bei Benu“, sagt **Stefan Atz**, Geschäftsführer von Benu Bestattungen.

Die Herausforderung dabei: Der Bestattungsmarkt ist stark von Gewohnheit, regionaler Nähe und kurzfristigen Entscheidungen im Ernstfall geprägt. Bewusste Markenwahl findet selten statt. Genau

hier setzten die kreativen Lösungen an – mit dem Ziel, emotionale Nähe aufzubauen und langfristiges Vertrauen zu schaffen.

„Die diesjährige Aufgabenstellung hat eindrucksvoll gezeigt, wie wichtig kreative Exzellenz auch – oder gerade – in herausfordernden und sensiblen Themenfeldern ist. Die Arbeiten beweisen, dass junge Kreative bereit sind, Verantwortung zu übernehmen und relevante Kommunikation zu gestalten“, so **Thomas Horetzky**, Head of Marketing RTL AdAlliance Austria.

### Drei Disziplinen – ein Ziel: Top-of-Mind für Vertrauen

Insgesamt reichten 44 Teams („Film“: elf, „Digital“: zehn, „Media“: fünfzehn) ihre Arbeiten ein. In der Kategorie „Film“ entwickelten die Teams emotionale TV-Spots, die Benu nicht nur sichtbar, sondern spürbar machen sollten – mit Fokus auf menschliche Begleitung, Empathie und Vertrauen. In „Digital“ lag der Schwerpunkt auf innovativen Kampagnen, die über digitale Kanäle eine starke emotionale Bindung zur Marke aufbauen und insbesondere in akuten Entscheidungssituationen Orientierung bieten. Die Kategorie „Media“ forderte strategisches Denken: Gesucht wurden ganzheitliche Kommunikations- und Mediastrategien, die Benu langfristig als „Top-of-Mind“-Marke in Österreich positionieren und Reichweite mit emotionaler Aktivierung verbinden.

„Die Young Lions Competition ist die große Bühne für Nachwuchstalente der Kreativbranche und wenn ich mir ansehe, wer heuer in den Young Lions Jurys gesessen ist und vor rund 15 Jahren noch selbst die Competition bestritten hat, dann ist sie wohl auch ein Booster für die Karriere. Und es gibt natürlich auch unangenehmere Arbeitsplätze im Juni als Cannes. Daher wünsche ich den Winners eine tolle Zeit und bedanke mich bei allen Teilnehmenden und unseren Kooperationspartnern“, fügt **Reinhard Schwarzinger**, CCA-Geschäftsführer, abschließend hinzu.

## Die Gewinner 2026 im Überblick

### Kategorie „Film“:

1. Platz: **Raffaele Dalla Casa** und **Franz Tilman Frommann** (beide Scholz & Friends Wien)
2. Platz: **Samuel Kraxner** und **Leonhard Ohneberg** (beide DDB Wien)
3. Platz: **Kamila Rurka** und **Timo Afentulidis** (beide DODO)

### Kategorie „Digital“:

1. Platz: **Anna Sramek** (Wien Nord Serviceplan) und **Chiara Lacic Brammer** (kraftwerk Agentur für neue Kommunikation)
2. Platz: **Lena Kralicek** (Studio FREUDE) und **Moritz Wieser** (freude.agency)
3. Platz: **Thilo Pantring** und **Celina Schnitzhofer** (beide Kiska)

### Kategorie „Media“:

1. Platz: **Sandra Prail-Wieser** und **Alexandra Häuser** (beide Mindshare)
2. Platz: **Simon Waldner** und **Chiara Huber** (beide Jung von Matt DONAU)
3. Platz: **Julia Taxer** und **Lukas Lettner** (beide Havas Village)

## Hochkarätige Experten-Jury aus der Branche

Die Bewertung der Einreichungen erfolgte durch eine von ORF-Enterprise, RTL AdAlliance und dem Creativ Club Austria kuratierte Fachjury aus führenden Unternehmen und Agenturen der Kommunikationsbranche. In der Kategorie „Media“ präsentierten die Teams ihre Konzepte zusätzlich persönlich vor Ort.

## Jury Kategorie „Media“:

**Oliver Ellinger** (Publicis Media Austria), **Anke Bennenbroek** (Havas Media), **Anja Hettesheimer** (Omnicom Media Group), **Joachim Krügel** (Media 1), **Leopold Hamidi-Grübl** (Mindshare), **Dorit Wolkenstein** (ORF-Enterprise) und **Ricarda Lederle** (RTL AdAlliance).

## Jury Kategorie „Film“:

**Melanie Pfaffstaller** (Mel P Filmproductions), **Karin Uebelbacher** (Jung von Matt DONAU), **Patrik Partl** (Brokkoli), **Katharina Mohn** (&US), **Leopold Kreczy** (Wien Nord Serviceplan), **Sebastian Hofer** (HONO) und **Christopher Haberlehner** (ORF-Enterprise).

## Jury Kategorie „Digital“:

**Teresa Pentzold** (Scholz & Friends Wien), **Stefanie Schwarzing** (Fredmanky), **Fridtjof Vieth** (Tilda), **Lukas Hueter** (DMB.), **Thomas Schöffmann** (LWND), **Thomas Ragger** (wild), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise) und **Michael Pernkopf** (RTL AdAlliance).

## Sprungbrett nach Cannes

Die drei Gewinnerteams vertreten Österreich bei der internationalen Young Lions Competition im Juni 2026. ORF-Enterprise und RTL AdAlliance übernehmen die Kosten der Festivalpässe (1.938 Euro pro Person), zusätzlich stellt Benu einen Reisekostenzuschuss von 1.000 Euro pro Person zur Verfügung.

Die ORF-Enterprise, RTL AdAlliance, der CCA sowie Benu bedanken sich bei allen Teilnehmern für die zahlreichen und qualitativ hochwertigen Einreichungen sowie für den kreativen Umgang mit der anspruchsvollen Kommunikationsaufgabe.

## Cannes Lions 2026

Das Cannes Lions International Festival of Creativity findet heuer von 22. bis 26. Juni 2026 in Cannes, Frankreich, statt. Cannes Lions vereinen jährlich die globale Kreativszene zur Würdigung der besten Ideen und Konzepte weltweit.

## Über Cannes Lions

Cannes Lions ist der weltweit führende Kreativaward unter dem Dach von „Lions – The Home of Creativity“. Das gleichnamige Festival findet alljährlich im Juni in Cannes, Frankreich, statt und ist mit inspirierenden Workshops, Masterclasses und Networking-Events Anziehungspunkt für Kreative aus nahezu 100 Ländern. Die begehrte Löwentrophäe ist der globale Maßstab für kreative Exzellenz und wird in 30 Kategorien vergeben. Weitere Informationen auf [canneslions.com](https://canneslions.com)

## Über Lions

Unter der Dachmarke „Lions – The Home of Creativity“ sind die Festivals und Awards Cannes Lions, Eurobest, Dubai Lynx und Spike Asia angesiedelt. Lions bietet mit den digitalen Plattformen „Lions Live“ und „The Work“ zudem Inspirations- und Weiterbildungsmöglichkeiten für die Kreativcommunity. Die ORF-Enterprise ist seit 1996 die offizielle Repräsentanz von Lions in Österreich. Weitere Informationen auf [enterprise.ORF.at](https://enterprise.ORF.at) sowie auf [lions.co](https://lions.co)

## Über die ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF 1, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die Streamingplattform ORF ON und den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of

Creativity und Veranstalter der nationalen Auszeichnung ORF-AWARDS. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (CFO, Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf [enterprise.orf.at](http://enterprise.orf.at), [contentsales.orf.at](http://contentsales.orf.at) und [musikverlag.orf.at](http://musikverlag.orf.at)

**+ + +BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf [leisure.at](http://leisure.at) (Schluss)